



<b>DENOMINACIÓN ASIGNATURA: MARKETING</b>		
<b>GRADOS: EMPRESA Y TECNOLOGIA</b>	<b>CURSO: 2º</b>	<b>CUATRIMESTRE: 1</b>

PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA								
SEMANA	SESIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO (marcar X)		Indicar espacio distinto de aula (aula informática, audiovisual, etc.)	TRABAJO SEMANAL DEL ALUMNO		
			GRANDE	PEQUEÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO (Max. 7h semana)
1	1	PRESENTACION DEL CURSO. TEMA 1. El proceso de marketing: Marketing Estratégico y Operativo	X			Revisar la documentación de la asignatura. Leer el material de referencia.	1,5	2
1	2	CLASE PRÁCTICA: ¿QUE ES MARKETING?		X		Caso práctico.	1,5	
2	3	TEMA 2. Gestión de relaciones rentables a largo plazo con los clientes	X			Leer materiales de referencia.	1,5	2
2	4	QUANTUM: JUEGO DE SIMULACION DE MARKETING				Presentación del juego	1,5	
3	5	TEMA 3 Análisis del entorno del marketing.	X			Leer materiales de referencia.	1,5	3
3	6	QUANTUM: JUEGO DE SIMULACION DE MARKETING				Presentación del juego	1,5	
4	7	TEMA 4. INVESTIGACION DE MERCADOS	X			Leer materiales de referencia.	1,5	5
4	8	QUANTUM: JUEGO DE SIMULACION DE MARKETING				Toma de decisiones	1,5	

5	9	TEMA 4. INVESTIGACION DE MERCADOS	X			Leer materiales de referencia.	1,5	5
5	10	QUANTUM: JUEGO DE SIMULACION DE MARKETING				Toma de decisiones	1,5	
6	11	TEMA 5. El comportamiento del consumidor	X			Leer materiales de referencia.	1,5	5
6	12	QUANTUM: JUEGO DE SIMULACION DE MARKETING				Toma de decisiones	1,5	
7	13	TEMA 5. El comportamiento del consumidor	X			Leer materiales de referencia.	1,5	10
7	14	EXAMEN PARCIAL 1: TEMAS 1- 5		X			1,5	
8	15	TEMA 6. Segmentación y Posicionamiento	X			Leer materiales de referencia.	1,5	5
8	16	QUANTUM: JUEGO DE SIMULACION DE MARKETING				Toma de decisiones	1,5	
9	17	TEMA 7. Estrategia de producto y marca	X			Leer materiales de referencia.	1,5	5
9	18	QUANTUM: JUEGO DE SIMULACION DE MARKETING				Toma de decisiones	1,5	
10	19	TEMA 8. Estrategia de producto y marca	X			Leer materiales de referencia.	1,5	2
10	20	QUANTUM: JUEGO DE SIMULACION DE MARKETING				Toma de decisiones	1,5	
11	21	TEMA 8. Decisiones sobre canales de distribución	X			Leer materiales de referencia.	1,5	10
11	22	EXAMEN PARCIAL 2: TEMAS 1-8		X			1,5	
12	23	TEMA 9. Estrategia de precios	X			Leer materiales de referencia.	1,5	2
12	24	QUANTUM: JUEGO DE SIMULACION DE MARKETING				Toma de decisiones	1,5	
13	25	TEMA 10. La Comunicación y promoción comercial	X			Leer materiales de referencia.	1,5	2
13	26	QUANTUM: JUEGO DE SIMULACION DE MARKETING		X		Presentación de resultados	1,5	
14	27	TEMA 10. La Comunicación y promoción comercial	X			Leer materiales de referencia.	1,5	10
14	28	EXAMEN PARCIAL 3: TEMAS 1-10		X			1,5	
<b>Subtotal 1</b>							<b>42</b>	<b>68</b>
<b>Total 1 (Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-14)</b>							<b>110</b>	

15		Recuperaciones, tutorías, entrega de trabajos, etc		X			40	
16		Preparación de evaluación y evaluación					0	0
17								
18			X					
<b>Subtotal 2</b>							<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total 2 (Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 15-18)</b>							<b>40</b>	

<b>TOTAL</b> ( <i>Total 1 + Total 2</i> )	<b>150</b>
---	------------